

# Estils

## Secrets per passar-s'ho bé

Proliferen les activitats d'oci sorpresa com ara espectacles no revelats, llibres misteriosos i viatges a destinacions desconegudes



NEREIDA CARRILLO  
BARCELONA

**B**ip-bip. Sona el WhatsApp i es revela una incògnita: el punt de trobada per al pròxim espectacle de Quart Cultura Secreta, que tindrà lloc d'aquí uns dies. Des d'aquí, desenes de persones desconegudes i d'edats diferents caminaran cap a un lloc emblemàtic o quotidià on s'asseuran i es convertiran en el públic perplex d'un espectacle sorpresa. Fins ara, s'han desenvolupat propostes culturals al Museu de la Terrissa de Quart, en una masia en un paratge natural, però també en espais quotidians com ara una perruqueria o una escola. Els artistes són un secret ben guardat; fins i tot, la disciplina: l'auditori desconeix si aquell vespre gaudirà d'una comèdia de teatre, un concert de jazz o una projecció cinematogràfica. L'única cosa garantida és l'emoció de la descoberta.

El que és desconegut es desplega com un ham per omplir auditoris i patis de butaques. La sorpresa està conquerint l'oci: no només el teatre, la música o el cinema, també la literatura i fins i tot el turisme. A la xarxa hi ha alternatives que plantegen, per exemple, enviar al domicili de lectors i lectores llibres dels quals no revelen el títol. També pro-

liferen propostes que ofereixen viatjar a destinacions desconegudes. El sociòleg i director del màster en humanitats de la UOC, Francesc Núñez, explica quin és el secret de l'èxit d'aquest tipus d'iniciatives: "La rutina sempre s'ha valorat com una cosa negativa. La vida ha d'estar vertebrada per l'emocionalitat. Les experiències sorpresa són aquelles que marquen més".

Quart Cultura Secreta es va forjar a finals del 2017. La iniciativa està promoguda per la periodista i gestora cultural Cristina Valentí i el compositor i músic Miguel Fernández, i compta amb el suport de l'Ajuntament de Quart. Valentí i Fernández es van inspirar en iniciatives similars que existien arreu del món, com ara la xarxa Sofar Concerts o la londinenca Secret Cinema. La primera promou espectacles de música secrets en espais quotidians, íntims i insòlits per a un concert. L'altra, Secret Cinema, amb més de 10 anys de recorregut, planteja experiències "immersives", en què "les pel·lícules prenen vida". Així, per exemple, quan es va projectar *Retorn al futur*, una legió d'actors i decoradors van recrear Hill Valley, el poble fictici del film. Al principi, les pel·lícules no es revelaven i només es donaven instruccions als especta-

**01. Un espectacle secret al qual la gent que hi va no sap què és fins que comença.**  
**02. Un dels cartells de proposta d'oci secret.**

VIRIDIANA MORADINI

dors sobre la roba o els complements. L'objectiu, expliquen a la web, és "explorar un dels plaers oblidats en l'era de l'accés constant a la informació: els secrets".

### Contrapunt a una vida ordenada

"A la gent li agrada que no tot estigui planificat. El factor sorpresa és molt interessant en un moment en què la societat va molt planificada i no tenim gaires espais per improvisar", reflexiona Valentí. La periodista i gestora cultural explica que el públic atret per aquestes propostes de descoberta cultural és principalment femení, entre 35 i 45 anys. Un terç de l'auditori acostuma a ser de Quart, i la resta, sobretot de Girona i de municipis de l'entorn. Tenen una mitjana d'entre 60 i 80 assistents, però algunes propostes han atret fins a 150 persones. "Pensàvem que unes 30 persones seria un èxit i ens ha desbordat totalment", comenta satisfeta Valentí.

Tot funciona amb una llista de difusió a través de WhatsApp en la qual els anomenats "còmplices" s'apunten a un vespre de cultura atzaron i enreden altra gent. Entre les últi-

mes propostes hi ha hagut un espectacle conjunt del pianista Lluís Guerri i l'il·lustrador Marc Vicens, la projecció de la pel·lícula *Grease* a l'aire lliure acompanyada d'un sopar secret o la representació d'*Els somnis*, un divertit espectacle de teatre. S'aposta per la taquilla inversa, és a dir, un cop s'abaixa el teló o s'apaguen els llums de l'escenari, cadascú decideix què vol pagar. "Com que és absolutament secret, hem de donar el poder a les persones que venen per decidir què paguen per allò. A més a més, democratitzem l'accés a la cultura: cadascú paga en funció del que creu que val, però també en funció del que té", afirma Valentí.

### Cap a destinacions desconegudes

Han omplert la seva maleta de samarretes de colors llampants i pantalons curts. Els pròxims dies farà sol i els termòmetres oscil·laran entre els 20 i els 25 graus. És tot el que saben del lloc on passaran el cap de setmana. Un cop a l'aeroport, la jove parella es prepara per embarcar i descobrir la seva destinació. L'escena és fictícia, però cada vegada més habitual. Els viatges a llocs secrets s'estan convertint en una opció a l'alça, venerada per aquells que, en l'era de les xarxes en què poden preparar al mil·límetre qualsevol estada, prefereixen lliurar-se a l'atzar.

Si els viatges sedueixen i les sorpreses fascinen, els viatges sorpre-



sa formen un binomi que enlluerna al quadrat. La xarxa està plena de webs que ofereixen estades de dues nits o més a destinacions desconegudes a partir de 150 euros. Només cal indicar les dates en què es vol viatjar, l'aeroport de partida i el nombre de persones. L'empresa farà la resta: seleccionarà la destinació i gestionarà els vols i l'hotel. Alejandro Juan, fundador de Drumwit, una agència de viatges de destinacions sorpresa en línia, indica que en poc més d'un any han venut més de 10.000 viatges. "Quan vam començar, vam veure que el *target* era de 18 a 25 anys, però ara veiem un increment de reserves de gent gran, de més de 50 anys, que viatja en grup", explica Juan. El fundador d'aquesta iniciativa empresarial explica que, mentre que els joves viatgen en parella, la gent més gran ho fa en grup i valora el fet que els hi gestioni tot. Assegura que bona part dels seus clients són urbanites, de Barcelona i Madrid, però també d'altres ciutats. Els que aposten per una experiència turística en una ciutat misteriosa són, o bé viatgers empedreïts que busquen que algú els prepari alguna cosa nova, o tot el contrari, persones que han viatjat poc i tenen por de fer ells mateixos tots els tràmits. Núñez explica que l'element sorpresa atreu a tothom, no només el jovent: "Hi ha una adolescentització de la gent més gran. Per a molts, aquest tipus d'experiències són una manera de recuperar un estatus propi de l'adolescència. Produeixen satisfacció i benestar".

### Sorpreses sense decepció

Per al sociòleg de la UOC es tracta d'"emocions sorpresa enllaunades", ja que assegura que "és una mena de sorpresa on s'evita la contingència, l'accident". També s'esquiva, en bona mesura, la decepció, ja que els intrèpids viatgers poden descartar destinacions que no els vinguin de gust. El fundador de Drumwit assegura que un 95% dels clients estan satisfets i que molts repeteixen l'experiència. "En ciutats petites, sempre descobreixen alguna cosa nova, alguna cosa que, pel seu compte, mai descobririen. En ciutats grans, com per exemple París, els proporcionem una guia per planificar el viatge", explica Juan. "Hi ha una certa consciència que les nostres vides són monòtones. L'individu modern té el desig d'una vida intensa", conclou Núñez.

A més d'espectacles misteriosos i viatges per atzar, també hi ha ofertes com Bookish, que planteja enviar mensualment a domicili una novetat literària desconeguda. Aquests títols arriben en una capsa que guarda fins al final el secret de l'autor, la trama i el títol del llibre. La cel·lulosa literària va acompanyada de materials que enriqueixen la lectura. Això sí, si el lector o lectora ja té aquesta obra a la seva biblioteca particular la pot retornar. En un temps en què tota la informació està a l'abast, a cop de clic, els secrets es revaloritzen i tornen a seduir. —